



PE032 TRABAJO DE FIN DE GRADO PERIODISMO

VOX: un camino más allá de la derecha

EDUARD BALBASTRE SISCAR

YOLANDA LLAMAS GUZMÁN

Línea C. Elaboración de un
reportaje audiovisual

Tutor: Pablo López Rabadán

Curso 2018 / 2019

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. Presentación del tema.....	3
1.2. Interés del proyecto.....	3
1.3. Objetivos.....	5
2. FASE DE PREPRODUCCIÓN.....	7
2.1. Elaboración del plan de preproducción.....	7
2.2. Previsión de gastos.....	8
2.3. Gestiones previas a la grabación.....	10
3. FASE DE PRODUCCIÓN.....	11
3.1. Estructura y guion.....	11
3.2. Entrevistas.....	13
3.3. Responsabilidad y autoría de cada uno de los miembros del equipo.....	16
4. FASE DE POSTPRODUCCIÓN.....	17
5. FASE DE EMISIÓN.....	18
6. VALORACIÓN PERSONAL.....	20
6.1. Problemas y dificultades reales.....	22
6.2. Soluciones a los problemas en las diferentes fases del trabajo.....	23
7. BIBLIOGRAFÍA.....	25
ANEXO I: EXECUTIVE SUMMARY.....	27
ANEXO II: PLAN DE PREPRODUCCIÓN.....	33
ANEXO III: GUION DEFINITIVO.....	37

1. Introducción: presentación del tema y justificación de su elección

1.1. Presentación del tema

VOX: un camino más allá de la derecha es un reportaje audiovisual que surge como respuesta al auge que ha tenido durante los últimos meses VOX, el partido español que por sus propuestas e ideas todos sitúan en la extrema derecha y en el populismo. Este reportaje está basado en el análisis político y sociológico de lo que se ha llamado “fenómeno VOX”, y en la observación de la estrategia comunicativa de esta “nueva” formación política, que ha hecho que miles de personas sigan ahora muy de cerca dicha corriente política, que estaba socialmente dormida, y así lo reflejan los más de dos millones de votos que han conseguido en las elecciones generales.

Para ello, contamos con seis fuentes (periodistas, politólogos, sociólogos y profesional de la comunicación política), que desde un punto de vista experto interpretan los movimientos que ha seguido el partido estos meses, las causas que han motivado su éxito, el papel que están jugando en el panorama político, económico y social actual; y su futuro después de entrar en las instituciones. Además, el acudir a diversos actos de la campaña electoral de VOX de las últimas elecciones generales nos ha permitido mantener un contacto directo con sus seguidores y entender mejor el porqué de su adhesión a una formación política con unas ideas poco acordes al siglo XXI.

1.2. Interés del proyecto

Pero, ¿por qué VOX y no otro partido? La formación liderada por Santiago Abascal nació en el año 2014, pero hasta hace escasos ocho meses era prácticamente una desconocida y así lo reflejan los resultados que habían conseguido en anteriores citas electorales, en las que no habían pasado del 0,23% y los 57.000 votos.

Pero el punto de inflexión del partido tiene una fecha clara: el 8 de octubre de 2018. Ese día, el partido de extrema derecha consiguió llenar el Palacio

Vistalegre de Madrid con más de 10.000 asistentes. Antes esta sorprendente muestra de fuerza del partido, los medios de comunicación pusieron el foco mediático en él y comenzaron a incluirlo en la agenda. La fuerza mediática de la formación verde se incrementó tras las elecciones andaluzas de diciembre, en las que consiguieron doce inesperados escaños. En ese momento se posicionaron como el partido con más presencia en radio, prensa, y, sobre todo, en televisión, que les sirvieron como el perfecto altavoz para lanzar sus mensajes.

VOX ha aprovechado la situación que se está viviendo en Cataluña, un tema que desde hace tres años está de rigurosa actualidad y agitando la opinión pública española, para ganar adeptos. Este ha sido uno de los pilares fundamentales de su discurso en el que han acusado a los independentistas de terroristas y para los que piden que caiga todo el peso de la ley. Cabe destacar que dos miembros destacados del partido (Javier Ortega Smith y Pedro Fernández) ejercen de abogados de la acusación en el juicio contra los líderes del proceso de independencia.

En gran medida, su discurso les ha colocado como la opción favorita de aquellos votantes de derechas que consideran que el Partido Popular ha virado en los últimos años hacia la moderación. También han ido ganando votos de todas las escalas sociales, siendo contundentes en ámbitos como la inmigración y el feminismo radical, como ellos denominan al movimiento feminista que busca la igualdad de mujeres y hombres. Sin embargo, muchos cuestionan que gran parte de las medidas que proponen, en lo que ellos han llamado *Las 100 Medidas para la España Viva*, puedan llevarse a cabo por su radicalidad y utopismo.

Este auge de la extrema derecha y el populismo no es algo nuevo ni exclusivo de España. Desde hace unos años, con la crisis económica y la crisis migratoria

vivida, los partidos conservadores nacionales han experimentado un importante crecimiento. En Francia, Marie Le Pen del Front National pasó a la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, en Alemania, Alternativa para Alemania es actualmente la tercera fuerza política; en Italia los ultraderechistas de Liga Norte ganaron las elecciones generales de 2018; o en Hungría, el Fidesz lleva desde 2010 en el Gobierno.

Pero no solo en Europa, sino que este fenómeno ha cruzado el Atlántico y ha llegado a los Estados Unidos de la mano del Partido Republicano. El empresario Donald Trump consiguió llegar a la presidencia del país más influyente del mundo en enero de 2017. Todo ello con un discurso anti migratorio y proteccionista. Steve Bannon fue el responsable principal de la estrategia política de Trump durante la campaña electoral y los primeros meses de su mandato. Ahora ha llegado a Europa para ayudar a VOX y al resto de la ultraderecha europea con su expansión.

Se podría decir que VOX está de moda, tan de moda que ha pasado de cero a veinticuatro diputados en el Congreso. Tan de moda que ha conseguido que ciudadanos españoles que nunca se habían interesado por la política se hayan convertido en indiscutibles seguidores de esta marea verde. A partir de este momento, con la entrada del partido en los órganos parlamentarios, queda por ver si esta corriente de extrema derecha se consolida o por lo contrario se convertirá en algo pasajero.

1.3. Objetivos

Con todo esto nos resultó interesante adentrarnos en el porqué de este auge. Si bien, es cierto que al principio del proyecto, los objetivos del reportaje se basaban en el análisis de la campaña electoral de VOX para las elecciones autonómicas de la Comunidad Valenciana y su estrategia comunicativa. Sin embargo, tras la documentación llevada a cabo y las diferentes reuniones con nuestro tutor, nos dimos cuenta de que sería más interesante analizar el fenómeno VOX desde diferentes puntos: su nacimiento, los motivos del éxito de los últimos meses y el futuro que le puede esperar a la formación de Abascal.

Es por esto, que los objetivos de nuestro proyecto cambiaron por completo. La finalidad que tiene el reportaje *VOX: un camino más allá de la derecha* es:

1. **Contextualizar el nacimiento de VOX.** La formación de extrema derecha nació en enero de 2014 como una escisión del Partido Popular y ha mantenido un perfil bajo hasta hace relativamente poco.
2. **Analizar cuáles son las herramientas comunicativas** que utiliza el partido para lanzar sus mensajes al electorado y conseguir su voto. VOX nació en un momento en el que las redes sociales, ya estaban plenamente integradas en la población española, con lo que esta herramienta han constituido un elemento fundamental para lograr un mayor alcance.
3. **Observar la cobertura que los medios de comunicación han dado a VOX** y el papel que han jugado en su auge. A pesar de la aparición de las redes sociales, los medios de comunicación, y especialmente la televisión, siguen siendo un importante altavoz para los actores políticos. Los de la formación de Abascal han sido entrevistado y han participado en numerosos programas de televisión, así como sus propuestas han sido objeto de debate, ocupando un gran número de minutos.
4. **Analizar los motivos específicos** por los que el *boom* de la ultraderecha en España se ha producido ahora y no antes como ha ocurrido en muchos países de Europa. Como se ha explicado anteriormente el intento de independencia que se ha llevado a cabo en Cataluña ha sido el principal detonante, pero no el único. Con el fin de la dictadura de Franco se instaló en España un franquismo sociológico que permite que «cualquier nuevo discurso antidemocrático encuentra rápido arraigo social en la mentalidad que dejaron cuarenta años de dictadura franquista, cuyo marco interpretativo sigue siendo utilizado a diario no por pocos ciudadanos» (Rosa, 2019: 19).

2. FASE DE PREPRODUCCION

2.1. Elaboración del plan de preproducción

La segunda fase del trabajo empezó con la primera tutoría, donde se nos orientó hacia dónde dirigir el trabajo. Después de esta reunión, empezamos a documentarnos sobre el tema mediante noticias, reportajes audiovisuales y libros de texto, que nos hemos leído a lo largo de la realización del proyecto. El siguiente paso fue preparar un mapa de fuentes, que fue variando según veíamos la respuesta de estas. Una vez finalizado el diseño de la lista de expertos a los que íbamos a recurrir, empezamos a contactar con ellos.

Conseguimos los números de teléfono de gente interna del partido, pero no obtuvimos respuesta alguna. También nos hicimos con el contacto de los responsables de prensa de Valencia y de Madrid, pero seguían sin dar señales. Por último decidimos presentarnos en la sede de VOX Valencia y, más tarde, en la de VOX Castellón, donde tampoco nos pudieron facilitar ningún tipo de información.

Tras estas negativas y otras dos reuniones con nuestro tutor, decidimos centrarnos únicamente en fuentes expertas en política e interpretar el auge del partido desde un punto de vista externo. De esta manera quedó un mapa de fuentes estructurado con dos expertos de la rama del periodismo y la politología y uno de la sociología. El hecho de tener a distintos profesionales que conocen los movimientos del partido en cuestión, ha provocado que en el reportaje audiovisual se observe un diálogo entre sus diversas pero similares opiniones.

El plan de rodaje se ha ido elaborando conforme hemos acordado las entrevistas, pues nos hemos adaptado siempre a la disponibilidad de las fuentes. Además, en enero hicimos un calendario donde indicamos que días teníamos disponibles para realizar las entrevistas y los viajes a mítines para grabar imágenes de recurso.

Desde un primer momento tuvimos claro que acudiríamos a actos que realizase el partido, ya que sería la única forma posible de estar cerca del partido y de

sus seguidores. Además, como se acercaban diversas fechas electorales, se iban a celebrar numerosos actos por toda la geografía.

Acordamos en un principio, ir a los mítines más importantes y así lo hicimos. Planeamos ir al mitin de presentación de candidatos a las generales en Leganés, y al de presentación de candidatos, tanto para las elecciones generales como para las autonómicas, en Valencia.

En la fase de preproducción decidimos que imágenes de recurso íbamos a utilizar, para ello nos fijamos en los documentales de Jordi Évole y de TV3 en los que se trataba el fenómeno VOX. Tras la visualización de ambos proyectos decidimos grabar secuencias de mítines en interior e imágenes de la vida cotidiana para aportar naturalidad y continuidad al reportaje.

*En los Anexos se encuentra el plan de preproducción.

2.2. Previsión de gastos

Los gastos han sido mínimos gracias a la prestación gratis de todo el material técnico (cámaras, micrófonos, focos de alta calidad, etc.) necesario por parte del Laboratorio de Comunicación de la Universitat Jaume I.

Los únicos gastos que han supuesto este proyecto han sido la compra de dos tarjetas de memoria para las cámaras, los diversos desplazamientos en coche para la grabación de entrevistas e imágenes y la impresión y maquetación del trabajo para su presentación en formato físico.

La cantidad total de dinero invertido en este reportaje es de 168,3 euros, desglosados a continuación en la tabla:

	DESCRIPCIÓN	UNIDADES	PRECIO
	Cámara Sony NX 100	2	
	Baterías vídeo NX100	2	
	Trípode velbon/hamma	2	
	Emisor, receptor y micro de corbata	1	
	Micro cañón, zepelín y peluche	1	
MATERIAL TÉCNICO	Pértiga	1	
	Panel LED	1	
	Pie de foco	1	
	Auriculares	1	
	Tarjetas SD 32 GB	2	20 €
OTROS GASTOS	Impresión y encuadernación		20 €
	CD		0,30 €
DESPLAZAMIENTOS	Kilometraje	Castelló - Madrid: 423km	80 €
		Castelló - Valencia: 78km	48
		TOTAL	168,3 €

2.3. Gestiones previas a la grabación

Los pasos previos a las entrevistas que seguíamos eran siempre los mismos. Una vez confirmada la fecha del encuentro lo primero que hacíamos era reservar en el LABCOM el material necesario para asegurarnos de que hubiese disponibilidad ese día.

Por otra parte, al principio del proyecto localizamos también material técnico propio que nos podía servir, como por ejemplo las cámaras CANON. De esta manera, en el caso de que en la UJI fuese imposible reservar más de una cámara al mismo tiempo, teníamos las nuestras para realizar la grabación secundaria, que se encargaba de filmar gestos y expresiones de los entrevistados.

El siguiente paso era realizar el cuestionario de las entrevistas, cuyas preguntas se adaptaban en función de la fuente que íbamos a entrevistar, pero que siempre se basaba en cinco bloques: gestión de la comunicación, cobertura de los medios de comunicación, posicionamiento ideológico, origen del fenómeno y futuro del partido. Para conseguir un cuestionario interesante y que profundizase en los objetivos del reportaje, nos documentamos con bibliografía relacionada con el auge de la extrema derecha y acudimos a una tutoría para revisar las preguntas.

El visionado de varios reportajes audiovisuales emitidos por *ETB* (Vox, la ambición de Santiago Abascal) y *La Sexta* (Vox al natural) que tratan temas relacionados con VOX y la lectura de los libros *Facha*, de Jason Stanley; *La sorpresa de VOX*, de John Müller y *España vertebrada*, de Fernando Sánchez Dragó han sido necesarios a la hora de elaborar los cuestionarios y de hacer el guion del proyecto.

3. FASE DE PRODUCCION

3.1. Estructura y guion

La estructura del proyecto audiovisual se divide en ocho bloques, cada uno con sendas entrevistas e imágenes de recurso:

1. Introducción: el reportaje empieza con unas imágenes de declaraciones polémicas hechas por Santiago Abascal en algunos mítines. Justo después, se introduce el título del documental: “*Vox: un camino hacia la derecha*”. En la presentación del título del video se utilizan imágenes propias del acto de VOX en València.

2. Definición del partido: la voz en off introduce al partido y explica brevemente su historia. A su vez, se observan imágenes de recurso de la vida cotidiana de las personas y de las calles adornadas con banderas españolas, que muestran el patriotismo que ha despertado la situación actual en España.

En este bloque se encuentran las respuestas de dos de los entrevistados a la pregunta ¿Cómo se debe definir a vox? A esto le siguen imágenes de recurso en las que se subrayan algunas de las propuestas del partido, junto con la voz en off que las explica en términos más generales.

3. Contexto internacional: este bloque comienza con una declaración de una fuente sobre el contexto internacional. Después un gráfico explica el crecimiento de la extrema derecha en Europa mientras la voz en off lo explica. Otra entrevista es la que cierra el apartado de la ultraderecha en otros países y la que introduce el siguiente punto.

4. Contexto específicamente español: en este apartado la voz en off explica el motivo principal por lo que el auge de VOX se da ahora y no antes, como en el resto de Europa: la crisis de Cataluña. Tres fuentes evidencian este factor como el más relevante en el éxito del partido verde. De nuevo, la voz en off introduce el otro motivo específico, según afirman estudios sobre el fenómeno VOX en España y, según afirma uno de los entrevistados.

5. Perfil del votante: la voz en off introduce este tema explicando los tres tipos de votantes de VOX, al mismo tiempo, que se muestran imágenes de estos en mítines. Los propios asistentes al mitin de Leganés nos explican los motivos que tienen para votar a este partido. Tras sus declaraciones, aparecen las de dos fuentes expertas que analizan el perfil del actual votante de extrema derecha.

6. Comunicación de VOX: en las imágenes de recurso que encabezan este bloque aparecen las cuentas del partido en redes sociales, mientras, la voz en off lanza una pregunta: ¿Han contribuido las redes sociales al éxito de VOX?. A esto le siguen las declaraciones dos de las fuentes que aportan su punto de vista sobre la importancia que han tenido Twitter, Facebook, Instagram y WhatsApp en el auge del partido de Santiago Abascal.

7.- Cobertura que han hecho los medios de comunicación: la voz en off de este apartado se habla de la omnipresencia de VOX en los medios de comunicación y de si tienen cierta culpa en el auge del partido. Además, se observan imágenes del mitin que celebró el partido en València. Posteriormente aparecen las declaraciones de tres de los expertos.

8. Los factores del éxito en tres ideas (conclusión): el documental sigue con la intervención de las fuentes sobre los tres factores que han motivado la aparición del fenómeno Vox.

9. El futuro del partido: Vox, un camino más allá de la derecha termina con la posible situación que le espera al partido ahora que ya ha entrado en parlamentos autonómicos, ayuntamientos y otras instituciones.

3. 2. Entrevistas

El reportaje cuenta con un total de seis fuentes. Todas ellas son expertas en política y tienen un conocimiento amplio sobre el “fenómeno Vox”. Por esto, consideramos que sus aportaciones son un pilar fundamental para el proyecto y que le generan riqueza informativa y opinativa.

En el campo de los **medios de comunicación** el reportaje cuenta con la intervención de dos periodistas. **Loreto Ochando**: licenciada en periodismo tiene una larga trayectoria en el mundo periodístico. Ha trabajado en medios como *La Razón* o *Levante*. Actualmente es redactora en el medio digital *Valencia Plaza* y colabora habitualmente con los programas de televisión *Al Rojo Vivo* y *La Sexta Noche*, anteriormente también con *Las Mañanas de Cuatro*. Lleva años cubriendo y siguiendo muy de cerca todos los casos de corrupción política que han salpicado al Partido Popular de la Comunidad Valenciana. Por este motivo, y porque en sus intervenciones en televisión han dejado muy claros sus conocimientos sobre la derecha política, consideramos que es una fuente muy interesante para el documental.

La otra periodista que aparece en el reportaje es **Rosana Belenguer**. Licenciada en periodismo, trabaja desde que terminó sus estudios en el diario *ABC* en València, donde es la encargada de cubrir la información sobre la política autonómica y local de la ciudad de València y de tribunales. En 2018 recibió el Premio Periodístico Comunidad Valenciana como periodista revelación. Contactamos con ella porque su amplio conocimiento en política y también para contraponer su opinión a la de Loreto Ochando, ya que el medio en el que trabaja Belenguer es más conservadores, más de derechas. Además, ella cubrió la última campaña electoral de la formación verde para la elecciones del 28A.

Otro de los estudios esenciales para nuestro reportaje son las **ciencias políticas**. Para ello contamos con dos politólogos. El primero de ellos es una de las caras más conocidas de la politología en España: **Pablo Simón**. Es doctor en ciencias políticas y sociales por la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona y

ha estado como investigador postdoctoral en la Univeristé Libre de Bruxelles. Actualmente, es profesor en la Universidad Carlos III de Madrid y compagina la docencia con la colaboración con numerosos medios de comunicación como son *El País*, *Cadena Ser*, *TVE* o *La Sexta* (*Al Rojo Vivo*, *La Sexta Noche*) y también es editor de *Politikon*, un espacio de divulgación de la ciencias sociales. Además ha escrito tres libros (*El príncipe moderno*, *Votar en tiempos de la Gran Recesión* y *Comprar a Marx por Amazon*).

Esta entrevista la tuvimos en mente y estuvo propuesta desde un primer momento porque la consideramos imprescindible para esta pieza. Y es que Simón ha estudiado a fondo la política españoles y los cambios que se han producido en ella en los últimos años, así como la política de los países de europa y el auge de la extrema derecha. Además, tiene un gran prestigio a nivel nacional. Por todo esto, muchos medios de comunicación cuentan con él para analizar cuestiones políticas.

El segundo politólogo que aparece en el reportaje es **Álex Comes**. Este politólogo y periodista es director de *Estudio LaBase*, una empresa que ofrece su conocimientos en comunicación política a instituciones públicas y partidos políticos. Además, es coordinador de contenidos de Beers and Politics, un proyecto que organiza encuentros en las principales ciudades de España para debatir sobre política y especialmente sobre comunicación política. Comes también ha colaborado en medios como *Valencia Plaza*, *eldiario.es* o *À Punt*, donde fue uno de los encargados de analizar las elecciones del 28A.

Para entender mejor las motivos que han llevado a que un gran número de personas sigan a un partido con unas ideas como las de VOX es necesario recurrir a la **sociología**. Por eso contamos con **Alexis Lara**. Licenciado en sociología por la Universitat de València, actualmente trabaja como responsable de comunicación en Fundació Horta Sud. Además, es coordinador de *La Comarca Científica*, plataforma en la que se hace un análisis sociológica, política y económico de las comarcas valencianas, y colabora habitualmente en *À Punt*. Lara conoce bien los entresijos de la extrema derecha, ya que fue

director del reportaje *Viatge a l'extrema dreta* (2018), un documental en el que se analiza se adentra en la ultraderecha de la Comunidad Valenciana.

La **comunicación política** y las estrategias que utilizan los partidos son el punto central del éxito que puedan tener. Para entender mejor cuál han sido las claves del éxito comunicativo de VOX y sus dirigentes entrevistamos a **Guillermo López García**. Es Doctor en Comunicación Audiovisual y actualmente es profesor de Periodismo en la Universidad de València. Es autor de más de diez libros (*Comunicación política: teorías y enfoques*; *Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015*; *La comunicació a la Comunitat Valenciana (2010-2018): crisi i canvi*, etc.) y su investigación se ha basado en el estudio de la comunicación política y de las estrategias comunicativas de los partidos con las herramientas que ofrece Internet. Colabora en el medio digital *Valencia Plaza*, *Levante* y *Levante TV*, donde presenta *Halcones y palomas*, un programa semanal sobre la actualidad política.

Además de estas, *VOX: un camino más allá de la derecha* también cuenta con otras fuentes relevantes, que completan las informaciones que dan los expertos y, demuestran que los datos que se ofrecen son reales y, a su vez, nos permitieron adentrarnos un poco más en el tema. Son:

Votantes de VOX: al salir del acto de presentación de candidatos para las generales, tres asistentes quisieron explicar los motivos por los que votaban a este partido.

Alfonso Bayona: cabeza de lista de VOX al Senado por la provincia de Jaén en las elecciones generales de 2018.

*En los Anexos se encuentran el script, el guion técnico y el plan de preproducción con las fechas señaladas.

3.3. Responsabilidad y autoría de cada uno de los miembros del equipo

Este proyecto no se habría podido realizar sin la colaboración de los dos miembros del equipo. Desde septiembre tuvimos claro que íbamos a trabajar juntos, ya que durante los cuatro años de carrera hemos compuesto un equipo compenetrado. Trabajamos a gusto el uno con el otro, pues el hecho de que seamos amigos fuera de la universidad también facilita el proceso de maquinación y elaboración.

El tema de nuestro reportaje lo pensamos entre los dos. Surgió tras una conversación sobre política, tema recurrente entre nosotros. Además, la asignatura de Comunicación Política nos estaba dando muchas pistas sobre qué tema era interesante investigar en estos momentos. Tanto en la fase de preproducción, como en la misma producción hemos hecho el trabajo de forma conjunta, sin dividirlo. Para la documentación, cada cosa interesante que íbamos recopilando se la enviábamos al otro para que también lo viese o lo leyese. Nos compramos tres libros: *La sorpresa de VOX*, *España vertebrada* y *Facha*. Nos los hemos prestado y leído a lo largo del trabajo para poder hacer unas entrevistas más completas y un guion más acertado.

La redacción de las preguntas ha sido en todas las ocasiones conjunta. Nos turnábamos a la hora de entrevistar, uno era el entrevistador y otro el cámara e íbamos alternando los roles en cada encuentro con expertos. Cuando acabábamos las sesiones de grabación nos encargábamos de minutar entre los dos las declaraciones. El guion y la estructura la decidimos mutuamente.

En la fase de postproducción, Edu se ha encargado del montaje, la parte más dura, y Yolanda de la redacción de la memoria. Aun así, ambos hemos ayudado al otro miembro a realizar su parte, pues tanto el montaje como la memoria lo hemos realizado en el LABCOM en ordenadores vecinos. Al grabar la voz en off, nos gustaba más como quedaba la voz femenina, por lo que Yolanda se encargó de locutar y Edu del proceso técnico.

En conclusión, ambos hemos hecho todas las partes del trabajo, estando

absolutamente todos los días desde abril trabajando juntos. También, cabe destacar que nuestra sinceridad a la hora de trabajar y de valorar constructivamente el trabajo del otro miembro del grupo ha resultado ser muy beneficioso para el resultado final, del que estamos muy orgullosos.

4. FASE DE POSTPRODUCCION

La fase de postproducción de Vox: un camino más allá de la derecha ha resultado ser la más costosa. El proceso de selección del material grabado y de montaje ha resultado complicado. A la hora de decidir qué declaraciones metíamos de cada fuente recurrimos al minutaje que habíamos hecho de cada entrevista, lo que nos facilitó el trámite. Una vez decidida ya la selección de piezas con las que iba a contar el reportaje, nos dimos cuenta que faltaba introducir los diferentes temas de los que hablaban las fuentes con una voz en off, que grabamos en las cabinas de radio de la UJI.

El montaje se ha realizado con Final Cut Pro, ya que es el programa de montaje que dominamos y ofrece un mayor número de recursos a la hora de editar. Al no tener instalado en nuestros ordenadores el programa, gran parte del proceso de postproducción lo hemos hecho en el LABCOM. El hecho de tener clara la estructura del reportaje desde prácticamente el principio del proyecto no ha sido tan duro como esperábamos y los problemas que han ido surgiendo los hemos ido solventando de la mejor manera posible.

La cabecera del documental está construida con imágenes de archivo de la cuenta de Youtube de VOX en las que aparece Santiago Abascal en acción, haciendo referencia a algunos de los temas que se tratan en el reportaje. En las imágenes de archivo ajenas que hemos utilizado en este proyecto audiovisual, las de la cabecera y las de la cumbre internacional de la extrema derecha en Coblenza, está adecuadamente indicado el lugar de donde hemos cogido el vídeo. En la cabecera hemos utilizado el efecto blanco y negro porque queríamos diferenciarla del resto del reportaje. El resto de imágenes de recurso han sido grabadas por nosotros a lo largo del proceso de producción.

El gráfico explicativo del auge de la extrema derecha en Europa es original de este trabajo. Utilizamos el programa Illustrator para trabajar con diferentes capas y poderlo sobreponer a la imagen de fondo de la cumbre internacional de la extrema derecha en Coblenza. El gráfico de barras decidimos incluirlo para explicar de una forma más visual y concreta el crecimiento de la extrema derecha Europa, ya que en la voz en off se dicen los datos de forma muy general y reducida.

Los créditos del final del reportaje los realizamos con Adobe After Effects CC 2019, ya que nos permitía colocar las viñetas e introducir diferentes vídeos de momentos del reportaje en los agradecimientos de una manera más rápida y cómoda.

Por último, después de tener el 90% del vídeo montado, hemos escogido la música. Este momento nos ha resultado complicado porque necesitábamos música sin derechos de autor, y encontrar algo que encajase con el reportaje era un reto difícil. Finalmente, en el banco de música sin copyright de Youtube encontramos la melodía que más se ajustaba a lo que estábamos buscando.

5. FASE DE EMISIÓN

El público objetivo de este reportaje audiovisual es bastante amplio. Su emisión va dirigida a aquellas personas que tienen un mayor interés en la actualidad política y que no solamente se limitan a ver los telediarios. Es decir, que consumen aquellos productos televisivos en los que hay análisis y una mayor profundización de los temas.

Si bien es cierto que el interés por la política se ha asociado más a las personas adultas, pero en los últimos años, la aparición de nuevos partidos políticos y de la extrema derecha ha hecho que los jóvenes tengan una mayor preocupación por estos asuntos y disposición para informarse.

La finalidad de este reportaje es conocer las claves del éxito de VOX, pero también puede hacer reflexionar a aquellas personas que están indecisas, ya

que se explican algunas de las ideas más contundentes que este partido presenta y esto, junto con la opinión de las fuentes expertas, puede dar pistas sobre si se ajusta o no a los intereses personales de cada uno.

El canal de emisión perfecto para *VOX: un camino más allá de la derecha* sería la televisión. Las cadenas en las que creemos que mejor encajaría nuestro reportaje serían *La Sexta* y *Televisión Española*. La Sexta se ha convertido en los últimos años en el canal de referencia para la información política. El canal de Atresmedia cuenta con dos programas por ejemplo que incluyen reportajes audiovisuales: *La Sexta Columna* y *Equipo de Investigación*. Estos espacios televisivos tienen una audiencia media de un millón y medio de espectadores aproximadamente, con lo que a través de este canal de emisión podríamos llegar a un gran número de personas.

Algunas de las fuentes que aparecen en nuestro reportaje son caras habituales de los programas de *La Sexta* con lo que primero le propondríamos su emisión a esta cadena. En el caso de negativa, probaríamos con *TVE*. La cadena pública cuenta con *Informe Semanal*, programa informativo que lleva 45 años en antena.

Los medios digitales serían nuestro *plan b*. Contactaríamos con ellos y propondríamos la emisión del reportaje, pudiendo redactar nosotros mismo el gran reportaje que acompañaría al documento audiovisual. La Sexta se ha erigido en los últimos años como el canal de referencia para la información política

Una vez aceptadas nuestras propuestas de emisión, se publicitaría a través de las redes sociales más influyentes del momento: Facebook, Instagram y Twitter. En los mensajes se explicaría cuándo y dónde se va a emitir el reportaje. Además se añadiría el hashtag **#Vox+Derecha** para que los usuarios pudiesen comentar todo lo relacionado con nuestro reportaje y se crease un flujo de conversación sobre nuestro trabajo. También, pediríamos colaboración a las

fuentes de información con las que cuenta el documental para que también difundieran el mensaje. En el caso de emitirse en televisión, la propia cadena también haría publicidad. Si, por el contrario, se emite en un medio digital, tendríamos que compartir enlaces en redes sociales y Whatsapp.

Para conseguir el gancho de nuestro público, publicaríamos cortes breves de algunas entrevistas, de este modo, la curiosidad de quien se esté planteando verlo aumenta. Hay que tener en cuenta que nosotros no tenemos un gran número de seguidores en redes sociales, sin embargo, los expertos entrevistados cuentan con un público propio que probablemente vería el documental.

6. VALORACIÓN PERSONAL

Este trabajo de fin de grado nos ha resultado muy enriquecedor no solo a nivel periodístico sino también a nivel personal. Aunque parezca que hemos hecho en otras asignaturas algo similar, la verdad es que para este proyecto nuestro empeño ha sido mucho más exhaustivo.

Desde un primer momento el tema VOX nos gustaba y nos llamaba la atención, aun así arrancamos la fase de investigación con miedo, pues no sabíamos hasta qué punto podíamos conseguir un buen resultado. En la primera tutoría, que fue en diciembre del pasado año, nuestro tutor nos indicó todo el trabajo de documentación que había que hacer para conocer el tema en profundidad. En ese momento empezamos a elaborar un dossier con noticias, reportajes, y documentales sobre el fenómeno de la extrema derecha internacional y, principalmente, sobre VOX. A partir de ahí, y con la ayuda de otra tutoría, decidimos cual iba a ser la estructura de las entrevistas, en la que también se ha basado el documental. Esta inversión de tiempo hizo que la fase producción fuese ágil y divertida.

En cuanto a las fuentes, consideramos que hemos tenido la oportunidad de entrevistar a personas muy potentes dentro del mundo del análisis político. Por este motivo, estamos orgullosos de haber conseguido contactar con ellos, en

muchos casos insistiendo continuamente, y contentos porque están guardados en nuestra agenda de contactos. En este aspecto hemos tenido mucha suerte, ya que todos los entrevistados han colaborado con nosotros y nos han facilitado mucho el trabajo, dándonos consejos y contactos para que nuestro documental fuese más rico en todos los aspectos. También pensamos que las entrevistas han quedado muy naturales y eso lo hemos conseguido hablando de continuo con las fuentes y hablando de manera más informal, fuera de guiones, sobre el tema con ellas. Por el contrario, teníamos otras dos entrevistas acordadas que a última hora se cancelaron por indisposición de los expertos.

Los segmentos que hemos seleccionado de las entrevistas para el producto final, son solo una pequeña parte de todo lo que los expertos nos han contado. Hemos visualizado y revisualizado muchas veces cada una de las entrevistas, y de todas hemos podido aprender cómo gestionan los profesionales las informaciones y, sobre todo, las opiniones que tienen los expertos en política sobre determinados temas. Es por este motivo por el que nos ha resultado complicada la selección de declaraciones.

En cuanto a anécdotas, tenemos un par que consideramos que vale la pena contar. En primer lugar, dio la casualidad que cuando fuimos a grabar las dos primeras entrevistas el mismo día, la de Loreto Ochando y Rosana Belenguer, coincidió con el juicio por corrupción del cuñado de la exalcaldesa de Valencia Rita Barberá. Cuando llegamos al punto de encuentro, nos encontramos a periodistas de todos los medios, desde *La Razón* hasta *À Punt*, tomando cervezas mientras esperaban a que hubieses noticias sobre el caso. Tuvimos la oportunidad de sentarnos con ellos a tomar algo y comentar entre todos aspectos de nuestro TFG.

La segunda experiencia curiosa que hemos vivido en la producción de este reportaje ha sido el trato con los votantes de VOX. Desde un principio pensábamos que iban a estar un poco reticentes a la hora de colaborar con nosotros, sin embargo, todo lo contrario. En cuanto les explicábamos nuestro

TFG en seguida querían colaborar con nosotros. Incluso fuera de plano tuvimos conversaciones y debates en un bar que resultaron ser interesantes.

Por lo general, estamos muy satisfechos del trabajo presentado. Su elaboración nos ha enseñado muchas cosas sobre el mundo de la política y nos ha abierto un camino en este ámbito que queremos seguir recorriendo como periodistas especializados. También, podemos decir que ahora somos consciente del trabajo que cuesta crear y producir un documental audiovisual de calidad y emitible en un medio de comunicación profesional.

6.1. Problemas y dificultades reales

Uno de los contratiempos que hemos tenido ha sido el retraso del momento de empezar a grabar entrevistas, mítines e imágenes de recurso. La primera vez que cogimos las cámaras para empezar la producción fue el tres de abril, un mes más tarde de lo que habíamos planeado. Finalmente, esto solo nos causó problemas al principio de las grabaciones, ya que pensábamos que no nos iba a dar tiempo a conseguir todo para antes de la fecha de entrega. Después, todas las entrevistas fueron seguidas, del mismo modo que los mítines de VOX.

A la hora de querer contactar con fuentes internas de VOX nos hemos encontrado con un muro prácticamente imposible de traspasar. Nos hemos puesto en contacto directo con los encargados de la comunicación del partido, a nivel nacional y autonómico, sin embargo, no han atendido nunca a nuestras llamadas. Hemos ido a las sedes de VOX Valencia y VOX Castellón, en todas ellas nos dijeron que ya nos llamarían y, a día de hoy, seguimos esperando noticias.

La entrevista a Loreto Ochando es la que más problemas técnicos nos ha causado. Tuvimos que realizarla en un bar con la luz bastante oscura, porque era un día que a la periodista le tocaba guardia en la Ciutat de la Justícia de València y nos dijo que la teníamos que hacer ahí. Esto dio lugar a una imagen bastante pobre y con un sonido terrible. Somos conscientes de que es la entrevista de peor calidad a nivel técnico.

Durante el montaje, hemos tenidos numerosos problemas. En primer lugar, no teníamos instalado ningún programa de edición, ni podíamos permitirnos comprar una licencia para la ocasión. Esto ha provocado que hayamos tenido que montar absolutamente todo el reportaje en el LABCOM. En muchos ordenadores de la universidad, el final cut pro, no estaba actualizado, por lo que perdimos mucho tiempo en encontrar cada día uno que nos permitiese montar, ya que en estas últimas semanas el LABCOM estaba muy concurrido.

6.2. Solución a los problemas en las diferentes fases del trabajo

Para este reportaje, hemos solucionado los problemas que han ido surgiendo de la manera más ágil posible, sin embargo, si dentro de unos años nos volviesen a pasar las mismas desavenencias las trataríamos de otra forma.

Para empezar, acordaríamos desde un principio las fechas concretas de grabación, tanto de planos recurso como de entrevistas. También, contaríamos con el mayor número de fuentes posibles, sin temer a la duración del audiovisual, ya que nos hemos visto un poco comedidos porque pensábamos que quince minutos se iban a quedar cortos.

A la hora de contactar con las fuentes, es muy probable que en un futuro tengamos nuestra propia agenda de números y contactos, por lo que sería un proceso mucho más fácil. Además, en muchos casos, al ser estudiantes no se nos toma tan en serio y algunas fuentes nos dejan plantados, cosa que creemos que con un profesional de un medio de comunicación reconocido no pasaría.

Y por último, al tratarse de un tema político, las informaciones por parte de las fuentes suelen ser más herméticas, ya que en muchos casos puede suponer un compromiso. Dentro de un tiempo, cuando contemos con un bagaje profesional más amplio, sabremos lanzar preguntas más enfocadas con las que sacar más información específica sobre el asunto.

7. BIBLIOGRAFÍA

MÜLLER, John. *La sorpresa VOX*. Barcelona: Planeta, 2019. ISBN 978-84-2343-032-1

ROSA, ISAAC. *Facha: como funciona el fascismo y como ha entrado en tu vida* (Prólogo). Blackie Books, 2019. ISBN 978-84-1755-225-1

SÁNCHEZ DRAGÓ, Fernando. *Santiago Abascal - España vertebrada*. Barcelona: Planeta, 2019. ISBN 978-84-0820-690-3

SIMÓN, Pablo. La semilla. *El País* [en línea]. Madrid: Ediciones El País, 15 octubre 2018 [consulta: 30 de marzo de 2019]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2018/10/12/opinion/1539367298_544211.html

STANLEY, JASON. *Facha: como funciona el fascismo y como ha entrado en tu vida*. Blackie Books, 2019. ISBN 978-84-1755-225-1

Vox: La ambición de Santiago Abascal [streaming]. Bilbao: EITB, 2018. ETB2, 2 diciembre 2018 [consulta: 13 de marzo de 2019]. Disponible en: <https://www.eitb.tv/es/video/360/5937/150812/vox-la-ambicion-de-santiago-abascal/>

Vox al natural. [streaming]. Madrid: Atresmedia, 2018. La Sexta , 9 diciembre 2018 [consulta: 13 de marzo de 2019]. Disponible en:

https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/salvados/temporada-14/vox-al-natural_5c0d0cd67ed1a82e4d4656be/

ANEXO I - EXECUTIVE SUMMARY

Vox: un camino más allá de la derecha is a documentary film that arose as a response to the emergence of VOX, extreme right-wing Spanish party, in the last few months. With this work, we want to explain this phenomenon, that has revolutionized Spanish politics, from a professional point of view. For this reason, the documentary is based on political analysis and observation of the communication strategy of this “new” party.

VOX got more than two and a half million votes on last presidential election and has made many people have adhered to its ideas, which seem from past centuries. We have six expert sources (journalists, political scientists, sociologists and professional in political communication) for it. These professionals interpret the movements of party members, their election campaign and the role they are playing in the current political, economic and social scene. In addition, we attended some public events of VOX electoral campaign to learn more about the party and its voters.

But, why VOX and not another party? This right-wing political party has increased its media presence since fall of 2018. After filling the Palacio Vistalegre, located in Madrid, on 8th October 2018, all of the media began to include VOX in their agenda. This picked up after the Andalusian elections, when they got twelve seats, and positioned themselves as the party with the most presence on radio, press, and, above all, television.

Vox has taken advantage of the current situation in Catalonia, a subject that has been rigorously topical for the last three years, to gain followers. In fact, ever since he appeared on the political stage, his discourse has been based on blaming the separatists of wanting to provoke the rupture of Spain.

To a large extent, its speech has placed him as the favourite choice of those right-wing voters who believe that the People’s Party (PP) has shifted in recent

years toward moderation. They have also been winning votes from all social scales, being forceful in areas such as immigration and radical feminism, as they call the feminist movement that seeks equality between women and men. However, many question that much of the actions they propose, in what they have called *Las 100 Medidas para la España Viva*, turn out to be populist and utopian.

But this rise of right-wing extremism and populism is not new. In recent years, with the economic crisis and the migration crisis, national conservatives have experienced significant growth. Some examples are: Italy, where the Lega Nord is in government; Germany, where Alternative for Germany is the third political force; or France, where the leader of the National Front party, Marine Le Pen passed the second round of the 2017 presidential election.

And not only in Europe, this phenomenon has also reached the United States through the Republican Party. There, in January 2017, Donald Trump, a businessman who won the elections with an anti-immigration and protectionist discourse, came to the White House.

One could say that VOX is fashionable, so fashionable that it has gone from zero to twenty-four deputies in Congress of Deputies. So fashionable that those Spanish citizens who had never been interested in politics have become indisputable followers of this green tide. From this moment on, with the entry of the party into parliamentary bodies, it remains to be seen whether this extreme right-wing current will consolidate or, on the contrary, become something fleeting.

The second phase of the work began with the first tutoring, where we were directed to where to lead the work. After this meeting, we began to document on the subject through news, audiovisual reports and books, which we have read throughout the realization of the project. The next part was to prepare a professional’s map, which was varying as we saw the response of these. Once

the design of the list of experts was finished, we started contacting them.

The filming plan has been developed as we have agreed on the interviews. In January, we made a calendar where we indicated that days we had available to conduct the interviews and the trips to record resource images.

In the production phase we have dedicated ourselves to conducting interviews with professionals from the world of communication and politics. The report includes a total of five interviews with experts and four interviews with VOX voters. This phase of the work has been done on an impromptu manner, because we had the limited hours of the experts.

At this stage of the work we have also gone to political rallies to get images of appeal, and try to get important statements. To make this possible, we have traveled several times to Valencia and Madrid.

It should be noted that the production phase has lasted three months, from April to June. This has been the most complicated phase for us. First of all, we've ordered all the content and structured the report in different parts.

At first, we thought of a structure, but after reviewing the work with our tutor we realized that the agreed order had to be changed.

Then, once the final structure was agreed, it was possible to move the declarations from one site to another. The rest of the post-production process has been done together in LABCOM. We've spent a lot of time correcting the sound of some interviews and the images captured by the secondary camera.

In this phase, we have carried out everything learned in the practical assembly classes, and that is why we found it the most productive stage.

Once the postproduction of the documentary is over, there's only the last step: publication and broadcast. Although consumption of audiovisual products via the Internet is increasing, television still has a powerful reach with million of viewers every day.

There is a Spanish channel that give much importance and dedicates many minutes of its programme schedule to political information. It's *La Sexta*. This media has become a benchmark for find out about political current issues and has some weekly programmes (*La Sexta Columna* or *Equipo de Investigación*) with audiovisual reports. To this end, we should make contact with TV channel to find out its interest in our documentary. If its answer were negative, we would try with *La 1 de Televisión Española*, which have the programme *Informe Semanal*, where our documentary would fit perfectly. For these reasons, we believe that these are the appropriate distribution channels for *Vox: un camino más allá de la derecha*.

It's necessary to do an efficient advertising campaign through social media profiles of television stations, that have thousands of followers. In this way, the documentary will be able to achieve greater success. It would be advisable to publish some fragments of the interviews throughout the week to get more people watch the documentary.

Identifying the target of our documentary is another important matter. The interest of the Spanish population in politics has increased in recent years. This is shown by the audience data of policy debates or programmes like *Al Rojo Vivo*, with millions of viewers.

The target audience of *Vox: un camino más allá de la derecha* is quite broad. Its broadcast is addressed to people interested in the current political. We don't consider that our project should be targeted at a particular gender or at people of a certain age because it's an issue that interests and concerns the entire population, including young people.

This TFG has been very enriching not only on a journalistic level, also on a personal level. We have worked hard to achieve this result. And while we are aware that it has many aspects to improve, we are so proud of our work.

Overall, we are satisfied with the result. The experts interviewed think that they are of very good quality, just like the resource images. Especially the images of

this match during the politic campaign.

It is also important to note that there have been problems when it comes to production and post-production phase. First, the unavailability of experts willing to collaborate on our project. It must be said that the work has been done in the midst of the election campaign, so the experts were very busy.

In the editing stage of the video we have had some technical problems. Having no own material to perform post-production at home, we've had to put together the whole story in university. So we have had the problem of the time limitation shaving scan and incompatibility between UJI computers and ours.

Despite the various obstacles, we have managed to finish a project from which we have learned a lot and of which we are very proud. All this production would not have been possible without the help of the material provided by LABCOM UJI, nor without the guidance that our tutor has given us.

ANEXO II - PLAN DE PREPRODUCCIÓN

DÍA 3 de ABRIL 2019

Int. / Ext.	Localización	Fuentes / entrevistas concertadas	Grabación recursos	Equipo trabajo	Material técnico necesario	Permisos necesarios	Observaciones	Horas trabajo necesarias
Interior	València	Loreto Ochando: Periodista del Valencia Plaza especializada en temas de política y tribunales	Imágenes de la periodista hablando	Eduard Balbastre Yolanda Llamas	- Auricular - Micro inalámbrico de solapa - 2 tarjetas SD - 2 trípodes - 2 Cámaras Sony-NX100 - 2 baterías cámaras - Cargador batería cámara	-	636201027	30 minutos aprox.
Interior	València	Rosana Belenguer: Periodista del ABC especializada en temas de política y tribunales	Imágenes de la periodista hablando	Eduard Balbastre Yolanda Llamas	- Auricular - Micro inalámbrico de solapa - 2 tarjetas SD - 2 trípodes - 2 Cámaras Sony-NX100 - 2 baterías cámaras - Cargador batería cámara	-	687013791	30 minutos aprox.

DÍA 10 de ABRIL 2019

Int. / Ext.	Localización	Fuentes / entrevistas concertadas	Grabación recursos	Equipo trabajo	Material técnico necesario	Permisos necesarios	Observaciones	Horas trabajo necesarias
Interior	Castelló	Pablo Simón: Politólogo y profesor de la Universidad Carlos III de Madrid	Imágenes del profesional hablando	Eduard Balbastre Yolanda Llamas	- Auricular - Micro inalámbrico de solapa - Tarjetas SD - Trípode - Cámara Sony-NX100 - Batería cámara - Panel LED - Pie de foco	-	pablo.simon.cosano@gmail.com	30 minutos aprox.

DÍA 6 de ABRIL 2019

Int. / Ext.	Localización	Fuentes / entrevistas concertadas	Grabación recursos	Equipo trabajo	Material técnico necesario	Permisos necesarios	Observaciones	Horas trabajo necesarias
Exterior	Leganés (Madrid)	Asistentes al acto de presentación de los candidatos de Vox a las elecciones generales	Imágenes de los asistentes al acto hablando	Eduard Balbastre Yolanda Llamas	- Auricular - Micro cañón + zepelín + peluche - Pértiga - 2 tarjetas SD - 2 trípodes - 2 Cámaras Sony-NX100 - 2 baterías cámaras - Cargador batería cámara	-		1 hora aprox.

DÍA 17 de ABRIL 2019

Int. / Ext.	Localización	Fuentes / entrevistas concertadas	Grabación recursos	Equipo trabajo	Material técnico necesario	Permisos necesarios	Observaciones	Horas trabajo necesarias
Interior	València	Álex Comes: Politólogo	Imágenes del profesional hablando	Eduard Balbastre Yolanda Llamas	- Auricular - Micro inalámbrico de solapa - 2 tarjetas SD - 2 trípodes - 2 Cámaras Sony-NX100 - 2 baterías cámaras - Cargador batería cámara	-	626209920	1 hora aprox.

DÍA 25 de ABRIL 2019

Int. / Ext.	Localización	Fuentes / entrevistas concertadas	Grabación recursos	Equipo trabajo	Material técnico necesario	Permisos necesarios	Observaciones	Horas trabajo necesarias
Exterior	València	-	Imágenes de recurso del acto	Eduard Balbastre Yolanda Llamas	<ul style="list-style-type: none"> - Auricular - Micro cañón + zepelín + peluche - Pértiga - 2 tarjetas SD - 2 trípodes - 2 Cámaras Sony-NX100 - 2 baterías cámaras - Cargador batería cámara 	-	-	30 minutos aprox.

DÍA 7 de MAYO 2019

Int. / Ext.	Localización	Fuentes / entrevistas concertadas	Grabación recursos	Equipo trabajo	Material técnico necesario	Permisos necesarios	Observaciones	Horas trabajo necesarias
Exterior	València	-	Imágenes de recurso	Eduard Balbastre Yolanda Llamas	<ul style="list-style-type: none"> - Auricular - Micro cañón + zepelín + peluche - Pértiga - 2 tarjetas SD - 2 trípodes - 2 Cámaras Sony-NX100 - 2 baterías cámaras - Cargador batería cámara 	-	-	15 minutos aprox.

DÍA 30 de ABRIL 2019

Int. / Ext.	Localización	Fuentes / entrevistas concertadas	Grabación recursos	Equipo trabajo	Material técnico necesario	Permisos necesarios	Observaciones	Horas trabajo necesarias
Exterior	València	Alexis Lara: sociólogo y coordinador de <i>La Comarca Científica</i>	Imágenes del profesional hablando	Eduard Balbastre Yolanda Llamas	<ul style="list-style-type: none"> - Auricular - Micro cañón + zepelín + peluche - Pértiga - Tarjetas SD - Trípode - Cámara Sony-NX100 - Batería cámara 	-	666683952	30 minutos aprox.

DÍA 3 de JUNIO 2019

Int. / Ext.	Localización	Fuentes / entrevistas concertadas	Grabación recursos	Equipo trabajo	Material técnico necesario	Permisos necesarios	Observaciones	Horas trabajo necesarias
Interior	València	Guillermo López García: Doctor en Comunicación Política	Imágenes del profesional hablando	Eduard Balbastre Yolanda Llamas	<ul style="list-style-type: none"> - Auricular - Micro inalámbrico de solapa - Tarjetas SD - Trípode - Cámara Sony-NX100 - Batería cámara 	-		30 minutos aprox.

ANEXO III - GUION DEFINITIVO

INICIO IMÁGENES SANTIAGO ABASCAL (0" - 35")

Off 1: (43" - 1'16") Al terremoto que supuso para el tablero político español la aparición de Podemos y Ciudadanos, se le sumó hace unos meses uno de color verde y con nombre de diccionario: Vox. La formación política de Santiago Abascal nació en 2014. Surgió como consecuencia del descontento de algunos militantes del Partido Popular, que pensaban que estaba virando hacia la moderación, llegando a unos límites intolerables para la derecha con la que ellos se sentían identificados. Con el auge de sus apariciones mediáticas, muchos han sido los calificativos que les han atribuido. Extrema derecha, derecha radical, o simplemente derecha. Pero, ¿cómo se debe definir a Vox? (43" - 1'16")

- **Pablo Simón** (1'17 - 1'44") "Partidos como VOX los clasificamos tradicionalmente como partidos de nueva extrema derecha o de derecha populista radical y la razón por la que empleamos este etiqueta, normalmente de manera indistinta, es porque cumple tres requisitos que se dan en los partidos de esta naturaleza. Primero: son partidos de corte autoritario, tanto en su funcionamiento interno como cara al exterior. Segundo: son partidos que suelen defender programas nacionalistas y xenófobos. Y tercero: son partidos que suelen tener estrategias o retóricas populistas.
- **Loreto Ochando** (1'44" - 1'54") "Yo les llamo fachas. Para mí VOX son unos fachas, son la herencia de 37 años de dictadura".
- **Guillermo López** (1'55" - 2'07") "Los postulados de VOX en cuanto a derechos de las mujeres, en cuanto a la inmigración, en cuanto a la gestión de los impuestos, en cuanto a muchísimas cuestiones que son fundamentales para organizar una sociedad se ubican inequívocamente en la extrema derecha".

Off 2: (2'07" - 2'33") "Las propuestas de Vox no han estado exentas de polémica y es que en su programa *Las 100 medidas para la España Viva* hay un gran número de ellas que van en contra de derechos de minorías y de las autonomías. La primera de todas es la suspensión de la autonomía catalana y a ella le sigue la recentralización de las competencias en Educación, Sanidad y Justicia. Vox también pone su centro de atención en los inmigrantes ilegales, para los que plantean su deportación o la incapacitación, de por vida, para legalizar su situación"

- **Rosana Belenguer** (2'33" - 3'06") "Yo creo que está pasando lo que ya ha ocurrido en Europa, y es más en España estamos mejor que en otros países de Europa, por suerte. Yo creo mucho en la Institucionalización de los partidos, creo que los mensajes tan beligerantes que pueden suponer cierto apoyo social que se traduzca en votos en las elecciones, creo que se transforma mucho cuando acceden al poder y cuando se institucionalizan".

Off 3: (3'07" - 3'20") "Desde hace unos años, la extrema derecha está ganando peso por muchos países europeos. En Francia, el Frente Nacional pasó a la segunda vuelta de las presidenciales contra Macron; en Alemania, Alternativa son terceros o en Finlandia se quedaron a un diputado de ganar las elecciones".

- **Pablo Simón** (3'21" - 4'03") "Si vemos los rasgos específicos que tiene VOX respecto a otras extremas derechas podremos descubrir elementos que pueden estar detrás de su auge. Hay al menos tres elementos específicos de VOX. Primero: es un partido que es más liberal en lo económico y está a favor de bajadas y rebajas de impuestos. Segundo elemento, muy interesante: VOX es un partido que claramente es reaccionario católico, es decir, plantea

cuestiones que van en contra de minorías como los gays, como por ejemplo las mujeres. Luego hay un tercer elemento que creo que es el nuclear para explicar el caso de VOX y es que VOX es un partido centralista y lo es precisamente porque la crisis constitucional catalana de 2017 ha generado un enorme enfado en amplísimas capas de la población que están hartas de transigir ante las demandas de los independentistas”.

Off 4: (4’04 - 4’12”) “El proceso de Independencia que inició el Gobierno catalán y todos los pasos que fueron dando provocaron la ira y el enfado de un gran número de ciudadanos, que sacaron a relucir el orgullo patriótico español y su defensa de la unidad nacional”

- **Alexis Lara** (4’13” - 4’31”) “Existe una identidad muy fuerte, en este caso española, que se ve amenazada por identidades plurinacionales o identidades nacionales periféricas como podría ser la catalana. Pero es más, los discursos de VOX hablan de cosas que realmente a la gente, a los españoles no les importan según el CIS”.

- **Alex Comes** (4’32” - 5’10”) “Si hay un factor diferencial dentro de España con lo sucedido en el resto de Europa, fundamentalmente es todo lo que ha pasado con Cataluña. Creo que toda la problemática y toda la situación actual en Cataluña ha servido para que prenda esa llama más nacionalista española, y que igual gente que era un poco más moderada se haya radicalizado un poco a nivel de valores y simbología españolas”

- **Loreto Ochando** (5’11” - 5’21”) “Los partidos políticos juegan con eso. Los partidos políticos juegan con el separatismo. Pero todos, es que no salvo a ninguno. Entonces sí, claro que tiene que ver Cataluña, claro que tiene que ver”

Off 5: (5’22” - 5’31”) “Otra de las causas que apuntan al auge de VOX es el franquismo sociológico que hay instalado en España desde que terminó la dictadura hace 40 años y que hace que partidos como este tengan cabida”.

- **Alexis Lara** (5’32” - 5’55”) “Tenemos una transición, la transición española del 78, que provoca que aquellos que vivían del régimen franquista pasen a tener un partido político que fue Alianza Popular, y posteriormente Partido Popular. No se rindieron cuentas con el pasado, con la represión franquista, etcétera; entonces eso provoca que se banalice, en cierta medida, un discurso que en otros países como Alemania no se podría aceptar”.

Off 6: (5’56” - 6’22”) “Existen tres segmentos de votantes de VOX en función de la importancia que le den a cada factor: la ideología, la inmigración y el género. El segmento principal sería el ideológico, al que se podría denominar el de la derecha sin complejos, como les gusta autodefinirse. El segundo tiene como principal motivación el freno de la inmigración ilegal, por lo que podría etiquetarse como stop inmigración. Y finalmente, estaría el segmento al que podríamos calificar como antifeministas que han descubierto en VOX el contrapeso a unas medidas que consideran injustas”.

Votantes de Vox 1: (6’23” - 6’40”) “No quitan la violencia de género, lo que eliminan es el poder de la mujer sobre el hombre, porque cuando hay discordias domésticas la mujer está usando el denunciar al hombre falsamente simplemente porque sabe que puede hacerlo”.

Votantes de Vox 2: (6’41” - 6’45”) “Además, es lo que dicen ellos, que no son de extrema derecha, son de extrema necesidad”.

Votantes de Vox 3: (6’46” - 7’05”) “Los partidos tradicionales la verdad es que nos han decepcionado mucho. No nos podemos fiar de lo que dicen, en que

cumplan las cosas que prometen. Y no han hecho nada por detener el golpe de estado, no han hecho apenas nada por revertir la situación que está viviendo España. Su proyecto de modelo de Estado sería uno de los puntos que más nos convence”.

Alfonso Bayona: (7’06” - 7’22”) “El primer partido al que me afilio, el primer partido al que voy a sus mítines, el primer partido que me ha ilusionado y que ha sido el primero y el único que cuando oyes a los líderes hablar sabes que te están diciendo la verdad”.

Off 7: (7’23” - 7’30”) “Siete de cada diez votantes de VOX pertenecen al grupo derecha sin complejos, otros dos al de stop inmigración y el otro al segmento antifeminista”.

- **Alex Comes** (7’31” - 8’10”) “Yo creo que es un poco transversal. Por un lado están las personas más mayores, tradicionalmente e históricamente muy de derechas o muy cercanas al régimen franquista. Luego, también estamos viendo como cierto grupo de jóvenes se están sintiendo atraídos por esos mensajes, pues que suelen ser también jóvenes de familias acomodadas con unas rentas altas o medio altas. Pero luego es verdad que VOX está de moda y hay muchas personas que se están dejando llevar por esa moda”.

- **Alexis Lara** (8’11” - 8’24”) “Principalmente el voto de VOX se nutre de antiguos votantes del Partido Popular y, también, de algunos de ciudadanos. Pero, fundamentalmente como recuerdo que VOX es una escisión del Partido Popular, lo normal, lo habitual es que beba de este partido”.

Off 8: (8’25” - 8’49”) “Por muy contradictorio que suene, VOX parece que es el partido más moderno en cuanto al manejo de las redes sociales. Sus perfiles de Twitter y Facebook aumentan considerablemente los seguidores día tras día. En Instagram, es la formación política con mayor número de seguidores. La aplicación de mensajería instantánea, Whatsapp también ha sido, para VOX, un elemento esencial para que su mensaje haya llegado a un número grande de personas sin unos costes elevados. ¿Han contribuido las redes sociales en su éxito?”.

- **Guillermo López** (8’50” - 9’03”) “Yo diría ellos han gestionado con mucha inteligencia sus redes sociales hasta las elecciones generales creando una incertidumbre y de esperanza. Es decir, VOX es misterioso, no se sabe muy bien lo que va a hacer”.

- **Rosana Belenguer** (9’03” - 9’31”) “Yo creo que más que redes sociales ha sido Whatsapp. Al no usar el elemento tradicional de los medios de comunicación, han buscado otras vías. Es cierto, que no todo el mundo en España tiene redes sociales, ni tiene twitter ni tiene Facebook, pero sí que es verdad que la mayoría de gente tiene aplicaciones de mensajería, y en esas aplicaciones de mensajería han funcionado muy bien a través de ciertos bulos y ciertos mensajes muy contundentes de nos están robando, nos están mintiendo, reacciona”.

Off 9: (9’32” - 10’03”) “El ocho de octubre del 2018 VOX llenó el Palacio Vistalegre de Madrid, momento en el que el barómetro del CIS les daban un único escaño en el Congreso de los Diputados. A partir de ahí, la presencia mediática fue cada vez fue mayor. Sobre todo, después de la entrada de esta formación al parlamento andaluz con 12 inesperados escaños. Santiago Abascal ha hecho entrevistas contadas, sin embargo, miembros de VOX han estado muy presentes en tertulias, conexiones en directo y debates televisivos. Han lanzado propuestas de las que muchos medios han hecho eco y han

alzado la polémica. ¿Le han dado los medios de comunicación demasiado espacio a este partido? ¿Han explicado bien de qué se trata?”

- **Pablo Simón** (10'04" - 10'26") "Tenemos un estudio del caso de Reino Unido que demuestra que cuando los medios de comunicación siguen a los partidos de extrema derecha (en aquel caso el UKIP que promocionó la idea del Brexit y del referéndum de salida) se produce un crecimiento en paralelo. Es decir: no es que primer el partido crezca en las encuestas y a partir de ahí los medios de comunicación lo cubran; sino que cuando los medios lo comienzan a cubrir empiezan a mejorar en las encuestas".
- **Rosana Belenguer** (10'27" - 10'58") "Aquí hay un dilema que creo que nos tenemos que plantear todos y hace que sea difícil mantener una posición acertada: el hecho de que algo no salga en los medios de comunicación, ¿quiere decir que no existe? No. No creo que el auge de VOX haya estado motivado por los medios de comunicación. Creo que es un debate mucho más profundo y además lo comparo con el de Podemos".
- **Guillermo López** (10'59" - 11'08") "Los medios generan una expectativa de que VOX es el nuevo partido que llama la atención de la gente, cada vez que hablan de VOX sube la audiencia y eso lo alimenta".

Off 10: (11'09" - 11'12") "En tres ideas, los principales factores del éxito de VOX son:"

- **Loreto Ochando** (11'12" - 11'29") "Llenar un vacío que alguien tenía que llenar, tocar temas que sin ser sensibles ellos han hecho sensibles y conseguir la bajada de pantalones de los medios de comunicación".
- **Rosana Belenguer** (11'30" - 11'41") "Descontento social, Whatsapp y un discurso transversal dirigido a todos los públicos"

- **Pablo Simón** (11'42" - 12'12") "Liderazgo claro y eficaz, comunicativamente hablando. Temas que no han sido cubiertos beneficiándose de una coyuntura específica. Por lo tanto, más dureza en el asunto territorial que para ellos es nuclear, beneficiándose de la fragmentación de la derecha. Y tercer elemento, el llevar cuestiones de en su programa de reacción contracultural que le consiguen situar como un partido fuera del sistema y por lo tanto gracias a eso capitalizar también una parte del voto protesta".
- **Alexis Lara** (12'13" - 12'38") "Uno sería el malestar político social y económico de la sociedad española debido a la crisis económica. En segundo lugar, la crisis interna del Partido Popular, hay que recordar que VOX es una escisión del Partido Popular, Santiago Abascal, su líder, estuvo en el PP hasta hace bien poco. Y en último lugar, esa pista de aterrizaje que se le ha regalado principalmente desde los dos partidos de derechas, con un lenguaje muy belicista y muy polémico".

Off 11: (12'39" - 12'50") "Queda claro que la estrategia comunicativa de VOX ha funcionado y su entrada en los órganos parlamentarios ya se está produciendo. Queda por ver si esta corriente de extrema derecha se consolida o por lo contrario se convertirá en algo pasajero.

- **Alex Comes** (12'51" - 13'02") "Creo que si la situación en Cataluña se tranquiliza y se estabiliza gran parte del electorado de este partido de desmovilaría"
- **Alexis Lara** (13'03" - 13'41") "VOX ahora mismo está por ver hacia donde va a andar, y en el futuro dependerá mucho de sus políticas. Ahora mismo sus ejes principales se basaban en identidad como, por ejemplo la inmigración: qué somos nosotros, españoles contra los que no son de

aquí. Incluso contra el feminismo, es decir una política muy contra cosas. Ahora en las instituciones deberán empezar a mostrar otra cara: políticas, pactos, qué apoyo y qué no apoyo. A partir de ahí se verá una cara muy diferente que es posible que a mucha gente que les votó no le guste”.

- **Guillermo López** (13'42" - 13'56") “ El motivo por el que yo creo que se van a desinflar no es tanto los 24 diputados, que es menos de lo que esperaban, sino sobre todo que al dividir el voto de la derecha en tres al final ha gobernado el PSOE. Entonces habrá gente de derechas que volverá al redil del PP”.

CRÉDITOS FINALES

Enlace reportaje: https://drive.google.com/open?id=13FhFEKbR3Z9UdFITuSQ_n2IQ0KzcuJTC

